

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH SIKAP BELI
(Studi pada Konsumen Sepeda Motor *Matic* Yamaha Mio di Yamaha
Mataram Sakti Purworejo)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

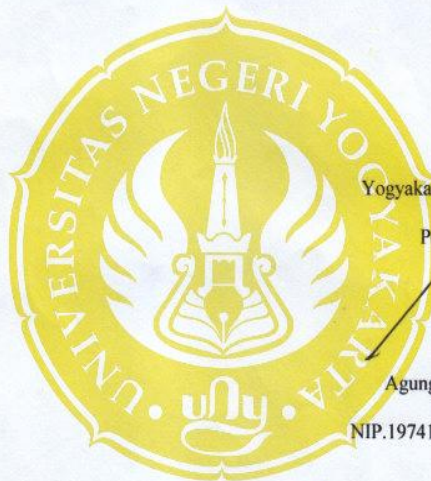


Oleh
Fauzi Riza Priandaru
06408144023

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN-JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2012**

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul “ Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Konsumen yang Dimediasi oleh Sikap Beli (Studi pada Konsumen Sepeda Motor *Matic* Yamaha Mio di Yamaha Mataram Sakti Purworejo)” telah disetujui oleh dosen pembimbing untuk diujikan.



Yogyakarta, 04 April 2012

Pembimbing

Agung Utama, M.Si.

NIP.19741014 200812 1001

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap Minat Beli Konsumen yang Dimediasi oleh Sikap Beli (Studi pada Konsumen Sepeda Motor *Matic* Yamaha Mio di Yamaha Mataram Sakti Purworejo)” ini telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 27 April 2012 dan dinyatakan lulus.

Dewan Penguji			
Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Dyna Herlina S, M.Sc.	Ketua Penguji		21 Juni 2012
Nurhadi, M.M.	Penguji Utama		4 Juni 2012
Agung Utama, M.Si.	Sekretaris		05/6/12

Yogyakarta, Juni 2012

Fakultas Ekonomi

Dekan



Dr. Sugtharsono, M.Si

NIP. 195503281983031002

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fauzi Riza Priandaru

NIM : 06408144023

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN YANG DIMEDIASI
OLEH SIKAP BELI (Studi pada Konsumen Sepeda
Motor *Matic* Yamaha Mio di Yamaha Mataram Sakti
Purworejo)**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang dituliskan atau diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan.

Yogyakarta, 4 Maret 2012

Yang menyatakan,

Fauzi Riza Priandaru

NIM.06408144023

MOTTO

“ Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”.

(Q.S Al-Baqarah : 152)

“.....Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri..”

(Q.S Ar- Ra'du : 11)

“Waktu itu ibarat seperti sebuah pedang, jika engkau tidak menggunakannya untuk menebas hal positif di depanmu maka dia yang akan berbalik menebasmu dengan pedih.”

(Anonim)

“ Sebuah usaha itu sebenarnya adalah pengubah nasib.”

(Mario Teguh)

“Mimpilah Setinggi-tingginya, jangan pernah takut akan kegagalan dan sertakan doa tulus untuk Sang Penciptamu, usaha kerasmu dan restu dari orang tuamu.

Niscaya mimpi besarmu yang kamu anggap tak mungkin akan menjadi kenyataan.”

(Penulis)

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH SIKAP BELI
(Studi pada Konsumen Sepeda Motor *Matic* Yamaha Mio di Yamaha
Mataram Sakti Purworejo)**

**Oleh:
Fauzi Riza Priandaru
NIM. 06408144023**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh Variabel *celebrity endorser* yang terdiri atas: *familiarity*, *relevance*, *esteem*, *differentiation*, *decorum* secara simultan dan parsial terhadap sikap konsumen Yamaha Mio di Yamaha Mataram Sakti Purworejo. (2) Pengaruh sikap beli terhadap minat beli konsumen Yamaha Mio di Yamaha Mataram Sakti Purworejo. (3) Pengaruh variabel *celebrity endorser* terhadap minat beli konsumen yang dimediasi oleh sikap beli konsumen Yamaha Mio di Yamaha Mataram Sakti Purworejo.

Desain penelitian dalam penelitian ini merupakan penelitian survey. Populasi penelitian ini adalah konsumen Yamaha Mio di Dealer Yamaha Mataram Sakti Purworejo, dengan sampel sebanyak 100 responden yang diambil dengan cara *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner. Uji instrumen dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data menggunakan analisis jalur atau *Path Analysis* yang di dalamnya terdapat analisis regresi. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan program SPSS 13.0 for windows.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) dimensi *celebrity endorser* yang terdiri atas: *familiarity*, *relevance*, *esteem*, *differentiation* dan *decorum* secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap variabel sikap beli konsumen Yamaha Mio di Yamaha Mataram Sakti Purworejo yang dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar $36,382 >$ dari nilai t tabel dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,050$.) dimensi *celebrity endorser* yang terdiri atas: *familiarity*, *relevance*, *esteem*, *differentiation* dan *decorum* secara parsial berpengaruh positif terhadap variabel sikap beli konsumen Yamaha Mio di Yamaha Mataram Sakti Purworejo yang dibuktikan dengan nilai signifikansi yang diperoleh masing-masing *dimensi celebrity endorser* $< 0,050$ dan t hitung lebih besar dari t tabel. (2) variabel sikap beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, dibuktikan dengan hasil analisis jalur/*Path Analysis* melalui regresi sederhana diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan signifikansi $< 0,050$. Model regresi $Y = 3,946 + 0,437X$. (3) Dimensi *celebrity endorser* secara parsial tidak berhubungan langsung / berpengaruh langsung dengan variabel minat beli. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi masing-masing dimensi lebih besar daripada 0,050 kecuali dimensi *esteem* yang berhubungan langsung dengan minat beli konsumen yang dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,013 (< 0,050)$.

Kata Kunci : *celebrity endorser*, sikap beli konsumen, minat beli konsumen

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum, Wr. Wb

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penyusunan skripsi yang berjudul “ Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Konsumen yang Dimediasi oleh Sikap Beli (Studi pada Konsumen Sepeda Motor *Matic* Yamaha Mio di Yamaha Mataram Sakti Purworejo)” berjalan dengan lancar dan tanpa hambatan yang berarti.

Skripsi ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Negeri Yogyakarta, yang disusun berdasarkan data yang diperoleh selama penelitian di Universitas Negeri Yogyakarta

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih kurang sempurna, baik dari segi materi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik atau saran yang membangun.

Penelitian ini dapat terwujud berkat bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Negeri Yogyakarta Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd.,M.A. yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Sugiharsono,M.Si. Dekan FE Universitas Negeri Yogyakarta.

3. Naning Margasari, M.Si., MBA. Ketua Jurusan Manajemen FE Universitas Negeri Yogyakarta yang telah membantu kelancaran pelaksanaan penelitian ini.
4. Dina Herlina Suwanto, M.Sc. ketua penguji skripsi yaang telah memberikan masukan dan pertimbangan.
5. Nurhadi,M.M. dosen narasumber yang telah membantu kelancaran proses penyelesaian penelitian ini.
6. Agung Utama, M.Si. dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi.
7. Seluruh dosen Program Studi Manajemen, yang telah ikut membantu dalam memecahkan masalah yang dijumpai pada saat penyusunan skripsi.
8. Pemilik Dealer Yamaha Mataram Sakti Purworejo
9. Teman-teman dan pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu

Semoga amal kebaikan mereka diterima Allah SWT, dan dicatat sebagai amalan yang terbaik. Terakhir harapan peneliti mudah-mudahan apa yang terkandung di dalam penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Yogyakarta, 4 Maret 2012

Penulis

Fauzi Riza Priandaru

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	16
C. Batasan Masalah	17
D. Rumusan Masalah	17
E. Tujuan Penelitian	17
F. Manfaat Penelitian	18
BAB II. LANDASAN TEORI	20
A. Deskripsi Teori	20
1. Komunikasi Pemasaran	20
2. Periklanan	24
3. Teori Sikap	34
4. Penggunaan Selebriti Pendukung dalam Iklan	40
5. Minat Beli	47
B. Penelitian yang Relevan	50
C. Kerangka Pikir	53

D. Paradigma Penelitian	55
E. Hipotesis Penelitian	55
BAB III. METODE PENELITIAN	57
A. Desain Penelitian	57
B. Definisi Operasional Variabel	57
C. Tempat dan Waktu Penelitian	67
D. Populasi	67
E. Sampel	67
F. Instrumen Pengumpulan Data	69
1. Instrumen Penelitian	69
2. Uji Instrumen	72
a. Uji Validitas dengan <i>CFA</i>	72
b. Uji Reliabilitas	75
G. Teknik Pengumpulan Data	76
H. Teknik Analisis Data	77
1. Analisis Deskriptif	77
2. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	77
3. Analisis Regresi Berganda	79
4. Analisis Regresi Sederhana	82
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	84
A. Gambaran Umum Yamaha Mataram Sakti	84
1. Sejarah Berdirinya Perusahaan	84
2. Konsep Pemasaran Yamaha Mataram Sakti	85

3. Lokasi Yamaha Mataram Sakti Purworejo	87
4. Struktur Organisasi Yamaha Mataram Sakti	87
5. Jenis Produk Yamaha Mataram Sakti	88
B. Karakteristik Responden	89
C. Analisis Data	94
1. Analisis Statistik Deskriptif	94
2. Hasil Analisis Jalur / <i>Path Analysis</i>	103
3. Analisis Regresi berganda	107
a. Koefisien Determinasi	107
b. Uji Hipotesis	108
c. Model Regresi	112
4. Analisis Regresi Sederhana	112
a. Koefisien Determinasi	112
b. Uji Hipotesis dengan Uji t	113
c. Model Regresi	114
D. Pengujian Hipotesis	115
E. Pembahasan	116
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	123
A. Simpulan	123
B. Keterbatasan Penelitian	124
C. Saran	125
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN	133

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Gambar 1. Diagram Batang Penjualan Mio	13
2. Gambar 2 Hubungan Antar 3 Komponen Sikap.....	22
3. Gambar 3. Paradigma Penelitian	54
4. Gambar 4. Model Analisis Jalur/ <i>Path Analysis</i>	77
5. Gambar 5. Struktur Organisasi Dealer Yamaha Mataram Sakti	85
6. Gambar 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	88
7. Gambar 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	89
8. Gambar 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan	90
9. Gambar 9. .Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	92
10. Gambar 10. Hasil Penggambaran Model Analisis Jalur	103

DAFTAR LAMPIRAN

Daftar Lampiran 1 (daftar kuesioner)	133
Daftar Lampiran 2 (daftar hasil olah data regresi dan 100 responden)	141
Daftar Lampiran 3 (daftar hasil olah data <i>Path Analysis</i>)	170